

**Список літератури:** 1. Кубишина Н. С., Ставська С. М. Маркетингове забезпечення інноваційної діяльності компаній-інтеграторів «інтелектуальних» систем. 2. Куденко Н.В., Істоміна А.О. Новий товар в маркетинговій діяльності підприємства. 3. Войчак А. В. Маркетинговий менеджмент: Навч.-метод. Посібник для сам ост. вивч.дисц. – К.: КНЕУ, 2000. – с.100. 4. Попов Е.В. Продвижение товаров и услуг: Учеб. пособие / Е.В. попов – М.: Финансы и статистика, 1999 – с. 320. 5. Е. Петухова Создание нового продукта / Е. Петухова // Лаборатория рекламы, маркетинга и PR. – 2005. – № 1 (38). – с.48-49 6. Павленко А. Ф., Войчак А. В Маркетинг Підручник – К. КНЕУ, 2003. – 246с. 7. Примак Т.О. Маркетинг[текст]: Навч. посіб. – К.: МАУП, 2004. – с. 223-224. 8. Джоббер Д. Принципи і практика маркетингу: 2-ге видання. Пер. з англ. – Вільямс: 2000 – с. 688

Надійшла до редколегії 07.02.12

УДК 658:621

**А.Ю. ГЕВОРКЯН**, канд. екон. наук, доцент, НТУ “ХПІ”, Харків

## **ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ДО УМОВ СОТ**

В статье рассматриваются вопросы формирования экономической стратегии адаптации машиностроительных предприятий к условиям Всемирной торговой организации.

У статті розглядаються питання формування економічної стратегії адаптації машинобудівних підприємств до умов Світової організації торгівлі.

In article questions of formation of economic strategy of adaptation of machine-building enterprises to World Trade Organization conditions are considered.

**Вступ.** Питання конкурентоспроможності завжди були актуальними для підприємств машинобудівної галузі України. Враховуючи вступ України до Світової Організації Торгівлі ці питання стали більш нагальними. Слід згадати, що вступ України до СОТ був пріоритетним зовнішньоекономічним шляхом держави, про що свідчать численні постанови Верховної Ради України, а також укази Президента, зокрема, указ Президента України від 5 лютого 2002 р. №104/2002 «Програма заходів для завершення вступу України до СОТ».

Для збільшення конкурентоспроможності підприємств машинобудівної галузі України постає нагальне питання розроблення спеціальних економічних стратегій адаптації підприємств машинобудівної галузі України до умов СОТ. Відомі вітчизняні та зарубіжні вчені Т.В. Ландіна [1] та М.М. Будник [2], Л.А. Растрингін [3], Т. Хайман [5], П. Мотт [6], Петігрю [7], Віпп [8], Ярзабовські [9], Лофквіст [10], Стензакер [11] дають змогу визначитись з питанням адаптації підприємств, однак, недостатньо розкритим залишається питання механізмів цієї адаптації.

**Постановка завдання.** Метою даної статті є формування економічної стратегії адаптації машинобудівних підприємств до умов СОТ.

**Результати.** Стратегії адаптації машинобудівних підприємств до умов СОТ повинні представляти собою цілеспрямовані дії підприємства щодо підвищення власної конкурентоспроможності, а саме, організаційно-економічні перетворення (рис.).



Рис. – Формування економічної стратегії адаптації машинобудівних підприємств до умов СОТ

Стратегії адаптації машинобудівних підприємств до умов СОТ повинні складатися з напрямків перетворень, за якими вони будуть здійснюватись. Кожен напрямок включає в себе низку критеріїв, пов'язаних між собою загальними положеннями. Ці критерії повинні представляти собою конкретні заходи з підвищення конкурентоспроможності підприємства. На наш погляд, значну роль на етапі підготовчих перетворень на підприємстві до нових ринкових умов повинна відігравати держава. Саме державна підтримка компаній важлива на початковому етапі, оскільки вирішення певних проблем на підприємстві без неї значно ускладнено. Таким чином, критерії збільшення конкурентоспроможності представляють собою заходи, здійснювані самим підприємством, державою, а також їхньою взаємодією.

Виділимо заходи, які підприємства машинобудування України здатні проводити самостійно для збільшення власної конкурентоспроможності. Наведемо деякі з них: заміна зношених основних фондів; міжнародна сертифікація продукції; виявлення ризиків від вступу України до СОТ; адаптація до міжнародних стандартів; підвищення якості продукції, що випускається тощо.

У свою чергу держава, як зазначалося раніше, також повинна брати участь у процесі перетворень на підприємствах і допомагати: у впровадженні програми адаптації до міжнародних стандартів якості; у покращенні інвестиційного клімату; у відкритті вільних економічних зон; у розвитку загальної інфраструктури обслуговування виробництва й експорту тощо.

Оскільки всі підприємства за своїм станом та рівнем підготовки до нових ринкових умов різnorідні, то відповідні заходи збільшення їхньої конкурентоспроможності будуть різними. Ось чому постає питання про структурний аналіз великої кількості досліджуваних підприємств з подальшим виділенням з них груп (кластерів). До кожної групи повинні входити підприємства приблизно однакового рівня підготовки. Далі для кожної з груп будуть визначені відповідні напрямки збільшення їхньої конкурентоспроможності.

Для виявлення відповідних заходів для кожної з груп підприємств необхідні дані про їх стан, про заходи, які на них здійснюються, про очікування та проблеми, з якими вони зустрічаються. Ці дані повинні ґрунтуватися на достеменній інформації безпосередньо з підприємств машинобудування. Найкращим способом збирання такої інформації вважається аналітичний метод дослідження.

Зібрана таким чином інформація дасть можливість за допомогою кластерного аналізу виявити однорідні групи підприємств, для яких необхідно розробити стратегії адаптації.

Для виявлення пріоритетів у критеріях збільшення конкурентоспроможності в кожному з кластерів потрібно провести кореляційний аналіз.

Оскільки виявлені шляхом кореляційного аналізу критерії збільшення конкурентоспроможності для кожного з кластерів будуть носити частковий характер, що ускладнить їхнє об'єднання в напрямки, то виникає питання про вибір відповідного методу для вирішення такої задачі. Вирішити поставлену задачу, тобто відповісти на перелічені вище питання дозволить факторний аналіз. Факторний аналіз згрупує критерії збільшення конкурентоспроможності згідно з силою їхнього кореляційного зв'язку й розподілить їх за ступенем важливості.

Це, у свою чергу, дозволить виявити основні напрямки збільшення конкурентоспроможності компаній кожного з кластерів, які у своїй сукупності й будуть представляти рекомендації щодо формування стратегії адаптації підприємств машинобудування до умов СOT.

**Висновки.** Запровадження національних стандартів, які відповідали б міжнародним, може стати засобом не тільки ефективнішого захисту прав українських споживачів, але й посилить конкурентні переваги українських підприємств. З урахуванням світових тенденцій науково-технічного прогресу й, відповідно, скороченням «життєвого циклу» машин, устаткування, приладів, високо-технологічних споживчих товарів вирішальною перевагою в галузі міжнародної торгівлі стає здатність забезпечення та утримання “технологічного відриву” від конкурентів, тобто необхідність постійного створення й освоєння все нових і нових технологій і продуктів на основі величезного потоку інновацій. Також керівникам підприємств необхідно підвищувати рівень кваліфікованості робітників, бо цей процес повинен бути безперервним. Доцільним також є перегляд організаційних структур на багатьох підприємствах машинобудування, шляхом їхньої адаптації до нових міжнародних вимог з метою підвищення конкурентоспроможності. Аналіз досвіду підприємств машинобудування в адаптаційний період країн, що вступили до СОТ, дозволить уникнути цілої низки помилок, яких було допущено зарубіжними компаніями, примінити правильну стратегію ведення бізнесу.

**Список літератури:** 1. Ландіна Т.В. Організаційно-економічні механізми адаптації підприємства до умов ринку. К.: Наукова думка, 1994. – 283 с. 2. Будник М.М. Адаптація промислових підприємств до ринкових умов господарювання: Дис. канд. економ. наук: 08.06.01. – Харків, 2002. – 199 с. 3. Расстригин Л.А. Адаптация сложных систем. – Рига: Зинатие, 1981. – 375 с. 4. Акофф Р.Л. Планирование в больших экономических системах. Нью-Йорк, 1970. Пер с англ. Г.Б. Рубальского под ред. И.А. Ушакова. – М.: «Советское радио», 1972, – 224 с. 5. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение. – М.: Финансы и статистика, 1992. – 362 с.; 6. Браунинг П. Современные экономические теории. – М.: Экономика, 1987. – 342 с.; 7. Pettigrew, Andrew M. (1988) Competitiveness and the management process Oxford England and New York: B. Blackwell .8 Richard Whipp The Management of Strategic and Operational Change, 1998, p. 27; 9 Jarzabkowski, P. 2004. 'Strategy as practice: Recursiveness, adaptation and practices-in-use.' Organization Studies, 25.4: 529-560; 10. Eric Arne Lofquist. Measuring the Effects of Strategic Change on Safety in a High Reliability Organization. 11. Stensaker, I. G., (2002) A Change in Plans: A Sensemaking Perspective on Strategy Implementation. Dissertation Department of Strategy and Management. Norwegian School of Economics and Business Administration.

Надійшла до редколегії 12.02.12